

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Воздействие средств массовой информации на политическое сознание населения

Чхаидзе Гиви Леванович

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия
E-mail: dongivi@bk.ru

<?xml:namespace prefix = o ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:office" />

Один из крупнейших философов Нового времени - Рене Декарт в своей работе, озаглавленной «рассуждение о методе», отмечал: «... Здравомыслие есть вещь, распределенная справедливее всего; каждый считает себя настолько им наделенным, что даже те, кого всего труднее удовлетворить в каком-либо другом отношении, обыкновенно не стремятся иметь здравого смысла больше, чем у них есть...». Во многом в такой же степени большинство людей совершенно уверены, что суждения их о политических процессах, протекающих в собственной стране и в мире в целом, являются абсолютно истинными. Но, если действительно прислушаемся к высказываниям всех этих различных по социальному статусу, по гендерному признаку, по возрасту людей, станет очевидным, что их суждения в большинстве случаев являются идентичными и крайне редко содержат нечто новое и личностное. Объяснение данного феномена представляется довольно не легким. Ведь жизненный опыт, профессиональная подготовка, уровень образования у людей совершенно неодинаковы. Объяснение, на наш взгляд, необходимо искать в деятельности средств массовой информации. Но ведь под понятием СМИ мы обыкновенно подразумеваем многочисленные печатные издания, радио и телевидение, а за последние два десятилетия всемирную сеть интернет. Соответственно в историческом плане появление всех вышеприведенных средств коммуникации укладывается период одного двадцатого века. Но вряд ли это дает нам основание утверждать, что до возникновения данных средств коммуникации положение в общественном сознании было кардинально иным.

С развитием современных технологий массовых коммуникаций, безусловно, возрастают возможности манипулирования общественным сознанием, но на всем протяжении исторического развития человечества люди, заинтересованные в укоренении собственных идей, находили средства для распространения в обществе желаемых взглядов и убеждений.

Как известно, социально-правовое государство отличается наличием трех самостоятельных, независимых друг от друга ветвей власти. Но, благодаря стремительному развитию технических средств коммуникации, все более определяющую роль начинает играть так называемая четвертая власть – СМИ. Именно средства массовой информации формируют общественное мнение и определяют развитие тех или иных политических, социальных, экономических и духовных процессов. Нас же будет интересовать воздействие средств массовой информации на формирование политического сознания населения. Кратко рассмотрим ставшие уже классическими теории коммуникации, упомянем наиболее резонансные примеры воздействия средств массовой информации

и постараемся обозначить роль массовых коммуникаций в информационном и высоко динамичном обществе XXI века.

Ежедневно мы встречаем изображение современного мира, которое создается средствами массовой информации. Для западного человека Палестина является средоточием зла и Исламского экстремизма, который делает невозможной мирную жизнь на Ближнем Востоке. Но для Арабского мира картина совершенно иная: Палестинцы – люди, которые стремятся отстаивать собственную территориальную целостность и прогнать ненавистных оккупантов-Сионистов. Довольно нетрудно найти подобные примеры кардинально отличающейся трактовки одних и тех же политических событий. Без понимания влияния средств массовой информации на наше политическое сознание невозможно освободиться от навязанных мифов и обрести собственное видение крайне неоднозначных национальных и общечеловеческих политических процессов современного постиндустриального мира.